

Існують й інші методи — це метод оцінки брендів, метод ринкових мультиплікаторів та методи, засновані на гібридному базисі. Ці методи ґрунтуються на оприлюдненні даних про фінансові показники АТ, а українські компанії свою вартість не показують на фондових біржах.

Але не зважаючи на всі вищезгадані труднощі в оцінюванні НА в цілісності як таких, можливо виміряти окремі атрибути, які додають до успішних брендів — зокрема це техніка «парного порівняння». По суті цей підхід передбачає порівняння брендованих продуктів різних компаній за певною кількістю атрибутів: ціною, смаком, поживністю за інтервальною шкалою та складання матриці переваг споживачів.

Управління оцінкою НА повинно дати відповідь на запитання, куди більш вигідно направляти ресурси: на розробку стратегії, що заснована на оцінці НА та їх управлінні, або, наприклад, на краще розуміння джерел створення цінності для клієнтів.

*В. В. Немченко, д-р екон. наук, проф.,
зав. каф. ОАС та ЕА
Одеська філія УДУЕФ*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ АУДИТУ В УКРАЇНІ

У законі України «Про аудиторську діяльність», а також у багатьох підручниках, аудит визначається як незалежний фінансовий контроль, котрий передбачає перевірку бухгалтерської звітності з метою визначення її достовірності. Хоча аудит — це молода і нова наука в Україні, але законодавча діяльність у цій сфері діяльності дуже активна і іноді суперечить здоровому глузду. Так, на сьогодні існують різні підходи до класифікації аудиту, що пояснюється застосуванням для цього різних ознак та методів класифікації. Це залишає великий простір суб'єктивізму, перешкоджає застосуванню класифікації на практиці, не забезпечує достатньої повноти розробки існуючих форм та способів здійснення аудиту.

Зовсім недавно з'явився державний аудит, екологічний, енергетичний, внутрішній, зовнішній та інші. На нашу думку, аудит сьогодні повинен не тільки захищати інтереси власника, але й

держави, вирішувати проблеми, які стоять перед народним господарством країни.

Щоб полегшити керівництво аудиторів, вважаємо доцільним зменшити класифікацію аудиту. Так, наприклад, енергетичний аудит повинен «входити» в екологічний. Потреба у такому аудиті дуже велика, враховуючи, що прийнята енергетична програма країни до 2030 року.

Другим перспективним напрямком може служити розвиток та становлення внутрішнього аудиту. Слід відзначити, що сьогодні є загроза у підготовці внутрішніх аудиторів окремими приватними фірмами, які не в змозі надати достатній рівень підготовки. Внутрішніх аудиторів повинні готувати інститути і давати фахову освіту.

Відповідальність внутрішнього аудитора за розроблені рекомендації, за якими були прийняті управлінські рішення, значно перевищує відповідальність зовнішнього аудитора перед клієнтом, тому що в рамках діючого законодавства зовнішній аудитор може уникати відповідальності перед замовником.

На жаль, сьогодні в країнах СНД не існує методики оцінки ефективності внутрішнього аудиту. На нашу думку ефективність внутрішнього аудиту треба розраховувати за формулою:

$$E_{\text{ва}} = \frac{\Pi + \text{Ш} + \text{НВ}}{B_{\text{ва}}},$$

де $E_{\text{ва}}$ — економічна ефективність внутрішнього аудиту;

$B_{\text{ва}}$ — витрати на внутрішній аудит;

Π — прибуток (економічний ефект) від впровадження пропозицій внутрішнього аудиту;

Ш — санкції, штрафи, пені, які уникнуті в результаті роботи внутрішнього аудиту;

НВ — недоцільні витрати, які були зменшені на виробництві в результаті роботи внутрішнього аудиту.

Запропонована формула показує економічний ефект на 1 гривню витрат на утримання внутрішнього аудиту. Такий розрахунок ефективності створення служби внутрішнього аудиту на підприємстві дозволяє реально оцінити її вклад у підвищення ефективності виробництва.

Таким чином, запропонована класифікація і впровадження у практику дозволить покращити ефективність аудиту не тільки на окремих підприємствах, а й у народному господарстві країни, зробить умови для удосконалення науки.